

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ**

**SANDRA REGINA CANCELIER**

**A INFLUÊNCIA EXERCIDA PELAS TELENÓVELAS, EM RELAÇÃO AO  
CONSUMISMO E HÁBITOS SOCIAIS EM EDUCANDO DE NÍVEL MÉDIO.**

**CURITIBA**

**2013**

**SANDRA REGINA CANCELIER**

**A INFLUÊNCIA EXERCIDA PELAS TELENÓVELAS, EM RELAÇÃO AO  
CONSUMISMO E HÁBITOS SOCIAIS EM EDUCANDO DE NÍVEL MÉDIO.**

Artigo apresentado para obtenção do título de Especialista em Mídias Integradas na Educação no Curso de Pós-Graduação em Mídias Integradas na Educação, Setor de Educação Profissional e Tecnológica, Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>: Luciana Panke

**CURITIBA**

**2013**

**A influência exercida pelas telenovelas, em relação ao consumismo e hábitos sociais em educando de nível médio.**

CANCELIER, Sandra Regina.

Curso de Especialização em Mídias Integradas na Educação, SEPT/UFPR.

Polo UAB de Apoio Presencial em Foz do Iguaçu./PR.

**RESUMO** – O objeto de estudo deste artigo é verificar se a mídia televisiva mais especificamente as telenovelas exercem influência em adolescentes do nível médio no que se refere a consumo estético e vestuário. A pesquisa foi realizada com o público feminino do ensino médio com idade entre 14 e 40 anos, somando um total de oito, todas do colégio Estadual Três Fronteiras na cidade de Foz do Iguaçu – Paraná. Dados coletados através de observação, conversação e focus group.

Palavras-chave: Comunicação e Educação. Mídia. Adolescente. Telenovelas e Consumo.

## **INTRODUÇÃO**

Este artigo tem como principal questão verificar se as telenovelas exercem influência de consumo entre o público feminino que frequenta o ensino médio do Colégio Estadual Três Fronteiras na cidade de Foz do Iguaçu – Paraná. No convívio diário observa-se uma reprodução consumista em relação ao vestuário e a formas de relacionamentos que podem advir de personagens de telenovelas, uma vez que não se encaixam nos padrões mais frequentemente utilizados pelas mulheres desse estabelecimento. Seria esse novo jeito copiado, inspirado, reproduzido de telenovelas? Portanto, sentiu-se necessidade de uma investigação qualitativa no sentido de verificar a veracidade ou não dessa indagação.

Destaca-se nesse artigo um breve relato de autores que em suas obras tratam esse tema em forma de pesquisa científica. Entre eles LIPOVETSKY (2009) e MORENO (2008). Também se buscou fundamentação em artigos e publicações de revistas especializadas. Através de pesquisa com questionário, observação direta e focus group, chegou-se a um diagnóstico possível de intervenção por meio da disciplina de educação física, a qual trabalha diretamente no desincentivo a produção de modelos estereotipados, provocando dessa forma uma reflexão crítica sobre as relações que envolvem o consumo.

Não se visa aqui responder a qualquer pensamento de mudança na cultura midiática ou mesmo de recepção dos conteúdos da mesma. Detendo-se apenas a investigar a possível influência desse entretenimento consumido diariamente por inúmeras adolescentes dessa comunidade e provocando uma reflexão crítica sobre as relações que envolvem o consumo na busca de modelos hegemônicos.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

Baseado nos Parâmetros Curriculares Nacionais de educação Física, “O corpo é compreendido não como um amontoado de partes e aparelhos, mas sim como um organismo integrado, como um corpo vivo, que interage com o meio físico e cultural, que sente dor, prazer, alegria, medo etc.” (PCN, 1998). Conforme o exposto acima, o corpo vai além da aparência física, compõe-se ao corpo sua

cultura e seus saberes adquiridos em sua vivência. “Os gregos já cultuavam as formas físicas, dando uma grande importância ao físico, chegando mesmo a segregar através da beleza apresentada pelos corpos” (CARVALHO, 2004). Essa afirmação nos faz pensar que a cobrança para manter-se em um determinado padrão estético não é atual, apenas sofre alterações de acordo com as culturas. “As mudanças na cultura se fizeram acompanhar das diferenças na postura. Da silhueta aristocrática (ombro para trás, barriga saliente, cabeça recuada, honra e arqueada do cortesão clássico) passamos as silhuetas pós-revolucionárias (ombro e cabeça avançados, torso desdobrado, cintura apertada, segurança, vontade de fazer, contorno do corpo humano firmemente delineado)” (MORENO, 2008, p. 16).

Desde então o corpo passou por várias fases indo do sagrado ao profano, porém, seguindo padrões estabelecidos por alguma classe. O que na Teoria de Frankfurt define-se como racionalidade da dominação, feitos para fomentar a cultura da alienação através de mensagens ideológicas, pois quando padroniza anula a individualidade e a resistência, garantindo assim lucros para as empresas.

No século XX a mulher tem seu corpo libertado, sua beleza é sinal de autonomia e podem usufruir de liberdade. Porém, descobre-se a celulite e corpo ainda mais que antes o corpo passa a ser minuciosamente examinado. E eliminação através de cirurgia, clínicas estéticas, cosméticos se multiplicam, prometendo mudar a forma do corpo feminino (MORENO, 2008, p.17).

Isso nos leva a crer que a mídia, através das telenovelas, poderia propagar símbolos e estímulos nomeados como padrão. Em muitos casos percebe-se que esse fato oprime e põe a prova diariamente. “É o modelo antigo de sujeito que se estilhaça frente a uma nova cultura móvel que vai se incorporando” (GHEIRART, 2008, p. 17).

Para Ferreira (2000), “beleza, entre outras definições, é a qualidade de algo que é agradável aos sentidos”. Uma definição relativamente simples, porém que se encaixa de forma ampla.

A beleza pode, então, se expressar de forma idêntica em muitas delas. Em contrapartida, o que é belo para um povo pode não receber a mesma qualificação em outra sociedade. Entretanto, em conformidade com a sucinta definição já vista, em qualquer uma delas, aquilo que é visto como belo será, sem dúvida, algo que causa satisfação, prazer, satisfação, agrado ao observador (FREITAS, LIMA, COSTA, LUCENA FILHO, 2010).

Refletindo sobre essa citação, pode-se inferir que as telenovelas ou qualquer outro programa televisivo não deveriam influenciar nos padrões de beleza. Para Zani (2002, p. 23), “no íntimo, todo ser humano sente-se inseguro sobre sua imagem. O que varia de um para o outro é o grau dessa insegurança. Todos gostariam de mostrar o melhor visual possível.” Talvez seja nesse espaço então que o consumo encontre a fragilidade necessária para dizer o que é belo ou definir um conceito de belo. Zani (2002, p. 23) diz ainda que “não se pode é confundir o desejo natural de cuidar da aparência com a vaidade excessiva de quem pretende ostentar um belo a qualquer custo”. O que para Lopovetsky (2009, p. 184) “é a sociedade centrada na expansão das necessidades, aquela que reordena a produção e o consumo de massa sob a lei da obsolescência da sedução e da diversificação.” Ou poder-se-ia dizer ainda “a concretização da exterioridade e da efemeridade” (GHEIRART, 2008). Zani (2002, p. 23) Diz ainda, “Alguns, porém, tentam melhorar a aparência sem se preocupar com o preço que custa sua vaidade. E esse preço, às vezes é a própria vida.”.

Joan Ferrés fala sobre o sistema de transferência:

A identificação e a projeção são dois mecanismos psicológicos pelos quais o espectador integra-se emocionalmente com o espetáculo. São processos ou mecanismos que ocorrem, inclusive, na vida cotidiana, tanto pessoal como social, mas que se tornam sobremaneira manifestos e intensos quando se é espectador (1996, p. 36).

Simultaneamente ao processo de identificação e projeção surge o desejo pela aceitação, a necessidade de fazer parte de um grupo. Como grande parte das estudantes de nível médio está na fase da adolescência, cujo processo de identificação se faz fortemente presente, é imprescindível que se reflita sobre a influência das telenovelas no mecanismo de construção do conceito de beleza. Tal reflexão precisa partir do pressuposto de que esse mecanismo pode levar a uma falta de identidade, pois o sujeito se constrói também por meio da experimentação, não somente pela cópia de padrões estabelecidos. Ou poderão ser um exercito de iguais.

Torna-se muito importante ao professor que trabalha com essa faixa etária ampliar seu olhar para essa questão, pois o adolescente, ao lidar com questões de consumo, deve poder criticar e reconstruir seus modelos e ideais de vida. Essa situação de transformação, com todos os conflitos que acarreta, fica oculta muitas vezes, pois o foco é colocado na ação de

consumir: o consumo é apresentado como forma e objetivo de vida, com a criação permanente de novas necessidades, transformando bens de consumo supérfluos ou conspícuos em vitais. A isto se chama consumismo. O consumismo pode ser visto como uma chave para a interpretação da vida cotidiana na atualidade, tanto da vida cotidiana dos setores sociais que podem consumir como também por sua incorporação como desejo e expectativa nos setores que têm menos acesso - ou estão fortemente excluídos - aos bens e serviços oferecidos pelo mercado (PCN 1998, pg. 43).

Na citação acima a questão do consumo desenfreada e fortemente dita como algo a ser combatido pelo professor, mas em que momento? De que forma? Que metodologia utilizar? Essas questões devem ser amplamente pesquisadas e planejadas no ambiente escolar.

Não basta apresentar o argumento da reprodução e projeção por si só, faz necessário argumentar e refletir coletivamente formas de mostrar que a mídia televisiva, mas especificamente as telenovelas que nesse artigo são discutidas, não são puramente veículos de entretenimento.

Não fossem as brechas e contradições do sistema, seríamos todas Barbie, aguardando modelos para vestir, namorar e ser, ou desesperadas por sê-lo - formas vazias de reconfiguração contínua de si, parecendo aceitar. Dissolver e passar por todos os conteúdos. E, nessa aldeia global de nossos pesadelos, vivemos a determinação e a erosão da autoestima, a exclusão social e a manifestação, o medo da morte e do envelhecimento (MORENO, 2008, pg. 69).

A mídia apresenta-se rotineiramente no meio estudantil, fornecendo informações, fomentando o imaginário de um mundo próprio. Devido ao grande tempo dedicado a esse entretenimento, a televisão torna-se um rival da educação na questão de formação de valores e atitudes.

Há um processo de mediação entre a realidade e a imagem, que envolve a seleção e a edição de fatos e aspectos, segundo uma lógica de espetacularização que é em parte motivada por interesses econômicos, em parte pela especificidade da linguagem televisiva, cujas possibilidades são levadas às últimas consequências. Isso leva, em geral, à fragmentação e à descontextualização do fenômeno (PCN, 1998, p. 33).

Para que a pessoa saiba quem é, necessita conhecer os seus sentimentos, suas preferências e isso é um processo de formação da própria identidade. Esse processo é dificultado com as influências externas, caso não ocorra à filtragem necessária.

A aparente aceitação de uma maior diversidade, na vida real e na mídia – quer de modelos, quer de pensamentos, quer de espaço para o contraditório- se dá a duras penas. Sem que haja um espaço para o que essa diversidade realmente significa, ela vai sendo neutralizada no mesmo processo de pasteurização. E num mundo em que, diante do fracasso tanto do projeto liberal quanto do projeto socialista de bem-estar social, o direito a felicidade se reduziu à atual “ética do direito ao gozo” – breve, passageiro, ligado ao mercado e à liberdade de consumo. Num mundo onde a publicidade cria um cenário de dificuldade para vender alívio e felicidade (MORENO, 2008, p. 69).

Observa-se através da citação acima que as telenovelas fomentam o consumo exagerado como forma de felicidade, e essa felicidade intimamente ligada ao consumo de produtos, jamais atrelado ao conhecimento ou ao aperfeiçoamento pessoal. O ter se sobre sai ao ser. A individualidade fica ofuscada. Uma população de iguais seguindo uma ideologia que beneficia os interesses de alguma classe.

## **METODOLOGIA**

Após leitura para aquisição de conhecimento sobre mídia e consumo, foi proposto um questionário (em anexo) as estudantes de ensino médio de uma escola pública do município de Foz do Iguaçu-PR, com o objetivo de verificar qual programa de entretenimento é mais visto pelas adolescentes, qual a média diária de tempo dedicado à televisão. Através dessa fonte pode-se determinar que o programa para ser analisado fosse as telenovelas.

Através do resultado foi possível perceber que esse público assiste diariamente a telenovelas, acompanhando de perto a trama e a evolução de seus personagens, como se esses existissem e fossem de seu convívio.

Foi realizada uma observação informal de atitudes e comentários concomitantemente com a exibição de um capítulo da uma telenovela transmitida no horário nobre de uma emissora aberta

Com base nessas informações, realizou-se um *focus group* para verificar se esse entretenimento exerce ou não influência no consumo estético e de vestuário nas adolescentes. O trabalho de *focus group* foi realizado em uma sala da escola onde as meninas estudam, inicialmente com uma conversa amena e alheia aos conteúdos propostos para análise. Participaram desse *focus group* oito meninas



estudantes do nível médio do Colégio Estadual Três Fronteiras na cidade de Foz do Iguaçu – PR. Essa pesquisa é de cunho qualitativo, portanto, sem a possibilidade de transcrever dados estatísticos.

## APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

Através do questionário inicial observa-se que as adolescentes dedicam em média quatro a cinco horas do dia assistindo televisão. Ainda que sua programação preferida sejam as telenovelas, independente de horário, selecionadas apenas por sua disponibilidade de tempo para assistir televisão.

Para verificar quais atitudes das meninas, foi levado até elas a apresentação de um capítulo de uma telenovela. Durante a exibição do programa, muitos comentários positivos às roupas, acessórios, calçados, penteados e mesmo atitudes pessoais dos personagens. Percebeu-se uma relação de intimidade entre espectador e ator, chegando ao extremo de parecerem conhecidos, amigos. Observou-se que as meninas desejavam ser como as atrizes belas, com um certo grau de poder, e em nenhum momento elas manifestaram identificação ou acolhida a personagens de mulheres simples, comuns e vestidas de forma básica.

Durante o *focus group* manteve-se nas seguintes questões: O que é ser bonito? E aqui se percebe um ponto de vista paradoxal, onde a imagem feita de si mesma vai sofrendo alterações de acordo com modelos que vão aparecendo.

“É saber se vestir, estar sempre na moda, andar sempre bem limpinho, porque não existe pessoa feia e sim mal arrumada!” (K. S, 17 anos).

A atribuição da questão moda para conceituar beleza, o que para LIPOVETSK (2009, p. 185) é “a lógica econômica realmente varreu todo ideal de permanência, é a regra do efêmero que governa a produção e o consumo dos objetos”.

“É andar arrumada bem chique para que as pessoas enxerguem com outros olhos!” (A. C. S, 18 anos). Aqui encontramos a afirmação às citações feitas no início desse artigo onde diz que todos querem mostrar o seu melhor lado.

“Estar bem consigo mesma, ter uma beleza que vem de você mesma, que não utilizem maquiagem, cílios postiços, plástico no rosto, na boca. Ser bonita é ter

uma beleza própria!” (H. F, 16 anos). Aqui foi possível observar que as adolescentes têm uma noção de que não é bom para sua formação aceitar tudo o que lhe é passado como verdade, se contrapõe de uma padronização do belo, porém no decorrer do trabalho observou-se que isso é apenas formalidade, pois na hora de fazer suas escolhas opta por seguir tendências como poderemos contemplar abaixo.

“ser vaidosa!” (J. O. 14 anos).

“Ser bonito na beleza e também nos aspectos gerais, ser bonito não é algo que vem de fora da pessoa e sim por dentro, na alma. Mas a beleza exterior também importa!” (C.A, 15 anos). Conflito entre aparência e os valores morais, quando ela diz – na alma- indica padrões e valores éticos adquiridos por meio de um convívio religioso, espiritual, que normalmente opõe-se ao efêmero.

“Ser uma pessoa simpática, porque a simpatia fala mais alto independente da beleza exterior, mas sim uma beleza que vem do interior!” (S. M. B. 40 anos). Novamente observa-se uma referencia ao interior, essência, alma, ou seja, existe uma diferença entre beleza externa, consumismo e valores construídos a partir de uma vivência.

“A pessoa que se porta bem, que se veste bem, que sabe se colocar em qualquer lugar e acima de tudo respeitar para ser respeitado!” (P. P. 19 anos).

“Andar bem arrumada de bem com a vida. Tem mulheres que não se arruma, isso é a mulher desleixada. Bonito é viver bem! Assim, professora, tem umas meninas bem gordas que andam com umas calças lá em cima, querem ficar iguais às mulheres da novela, mas são gordas, é horrível, a escola inteira acha horrível” (C.16 anos). A pura contradição observa-se nessa fala, ela diz que para ser belo precisa estar bem consigo mesma, mas afirma que as pessoas com sobrepeso são feias, com isso fica claro que muitas vezes apenas dizem coisas politicamente corretas pois sabem que é inteiramente desumano julgar e condenar alguém por sua condição física.

Após longa conversa percebe-se que as meninas sentem medo de realmente esporem suas opiniões, se contradizem e em seguida corrigem para seguir a linha da boa conduta social.

Através de questionamento o diálogo foi conduzido a saber o que é corpo bonito. As repostas fazem perceber um padrão existente no imaginário das estudantes, que estar fora do peso pode significar desleixo, comprovando o que Rachel Moreno diz em seu livro *A Beleza Impossível*. Em algumas transcrições

sobre o assunto percebe-se um padrão estereotipado, vendido como bem de consumo:

“É ter peitos grandes, barriguinha bem pequena e ter bunda! Tem umas mulheres que são relaxadas, não se cuidam e ficam gordas” (K. S. 17 anos).

“Com bunda, um corpinho, um braço musculoso!” (A. C. S. 18 anos).

“Com uma boa estrutura, com boas vestimentas, com bonitas joias, acessórios e não estar fora do peso, estar em dia com a alimentação e ser fitness.” (H. F. 16 anos).

“Quando uma pessoa é meio magra, tem peitos e bunda grandes.” (J. O. 14 anos).

Algumas respostas deixam bem evidentes a necessidade de aceitação de aprovação das outras pessoas no que se refere a sua beleza.

“Um corpo malhado, magro, bonito. Não pode desleixar e ficar gorda, depois não emagrece mais, pois vai ficando velha daí que os homens não olham mais.” (C. A. 15 anos). Preocupação com a aceitação do universo masculino, ser bonita para alguém, não para si mesma, ou seja, se não desejar ser aceito não existe a necessidade de ser bela.

“Um corpo bonito é aquele que a pessoa se valoriza e que é cuidado.” (S. M. B. 40 anos).

“Aquele que é bem cuidado e higiênico, nada “banhudo”.” (P. P. 19 anos).

“Tipo é muito legal, todo mundo olha e acha bonito, mas tem que se esforçar para ter um corpo bonito. Eu queria emagrecer e faria qualquer coisa, mas se meu rosto começasse a ficar murcho, eu parava, pois meu rosto é perfeito” (C. 16 anos). A adolescente procura uma fuga, ou seja, não tem atributos físicos, mas a beleza de seu rosto compensa, enquadra-se nos padrões de beleza que a fazem ser aceita no grupo, mesmo não tendo um corpo dito como padrão.

Nesse momento em que se percebe o diálogo fluir, busca-se conduzir para o interesse principal desse trabalho, a verificação de uma possível influência das telenovelas no consumo dessas estudantes. Fazendo conexão com o assunto, buscou-se verificar se as atrizes de chamam atenção com seu estilo e se elas já adquiriram objetos usados pelas personagens de telenovelas.

“Sim, são roupas muito chique e também nelas ficam muito lindo. Eu comprei vários tipos de blusinhas e calças, acho lindo.” (C. 16 anos). A mídia alienando e

faturando com a moda programada e pensada para atrair um determinado público e com isso propiciar lucros as empresas vinculadas a aquela programação.

“As atrizes influenciam demais nós espectadores que estamos vendo elas pela televisão, até o jeito de ser. Eu compro roupas, perfumes, acessórios, pois eu acho bonito demais.” (C. A. 15 anos).

“Elas atraem porque são atraentes e bem arrumadas, mas eu não compro nada, não gosto de seguir modismo.” (J. O. 14 anos).

“Eu fico impressionada com as roupas, cada traje rico em beleza, em riquezas, só não tento comprar algo igual, pois cada um tem seu estilo, seu corpo adequado.” (H. F. 16 anos). Ou seja, apesar de todo o discurso finaliza dizendo que existe um estilo, e que todos devem procurá-lo.

“O modo delas se vestir é bonito. O calçado, o colar, o cabelo, a pulseira, eu compro muita pulseira parecida. Claro não é igual, pois a delas é bem mais bonita mais cara. Se eu pudesse me vestiria igual a elas, tudinho” (A. C. S. 18 anos). Processo de identificação muito claro, ela praticamente se fantasiaria de atriz.

“Elas sabem se vestir muito bem, eu adoro os vestidos do passado. As coisas que as atrizes usam são muito lindas e charmosas e me fazem sentir vontade de ter igual. Eu uso muito o estilo das atrizes de novelas.” (K. S. 17 anos).

“Às vezes eu olho o que elas estão usando para ir a algum lugar, pois e alguns lugares não podemos ir de qualquer jeito. Mas eu não compro nada, pois não gosto de ser influenciada pelas atrizes.” (S. M. B. 40 anos).

“Na verdade é um modelo que eles colocam como padrão e isso nos influencia muito, até no modo de se portar e falar. Copio muito os *looks* de todas, acho bonito e gosto é algo que me agrada.” (P. P. 19 anos). Na outra fala essa mesma adolescente diz que o bonito, deve ser de dentro para fora, e aqui diz que lhe agrada copiar os looks. Uma contradição que poderia evidenciar a falta de coragem em admitir que reproduza os modelos vistos nas telenovelas.

Durante toda a conversa foi possível observar que as estudantes sentem grande prazer em vestir-se, ou mesmo portar-se com uma atriz. Ao serem questionadas sobre como se sentem ao ver uma atriz linda em cena responderam positivamente ao fato de incomodarem-se com a diferença de estatura e estilo entre elas e as atrizes.

“Quando eu penso direitinho, percebo que estou mal arrumada, que tenho que andar bem vestida, é uma sensação estranha.” (A. C. S. 18 anos).

“Já me senti muito feia comparada a uma atriz, muitas vezes me sinto acima do peso. Mas as modelos são feias, só tem ossinho, bonita são as mulheronas com coxão, bundão e peitão.” (K. S. 17 anos).

“Eu já me senti feia, mal vestida, ao assistir televisão, a sensação foi um pouco desagradável, mas logo cai na real e vi que não era bem assim, que eu vivo em outro mundo e não posso ser influenciada pela mídia.” (S. M. B. 40 anos). Sensação de não pertencer, não se identificar, poder-se-ia dizer que esse fato se deve a diferença de idade, a outros objetivos focados nessa fase da vida, mas isso é apenas uma suposição, pois nada pode-se afirmar apenas com entrelinhas.

“Tem que manter a autoestima boa, gosto de me cuidar, pois se sentir bem começa de dentro para fora.” (P. P. 19 anos). Na afirmação acima ela diz copiar looks que considera interessante.

“Melhor quando sair de casa copiar uma atriz, pois se você chegar a um local, mal vestida ninguém olha para você, todos vão olhar para aquela mulher de salto, vestidinha e bem maquiada.” (C. 16 anos). Necessidade de aceitação, e visibilidade e principalmente de aprovação através dos olhares e porque não de uma possível reprodução do seu visual.

“Não adianta ficar dizendo que não copia as atrizes, pois se você sair na rua diferente do que está todo mundo usando, vão te achar estranha, nem vão ligar pra ti.” (K. S. 17 anos). Reproduzir para sentir parte de um grupo, não destoar, discordar da maioria. Problemas na formação de personalidade. Com esse comportamento estaria à mídia através das telenovelas condenando essa adolescente a eterna reprodução de padrões?

Finalmente perguntei a elas se caso estivessem em um relacionamento amoroso com alguém fora dos padrões exibidos nas telenovelas, elas apresentariam eles aos amigos sem tentar mudar nada. Enfim se aceitaria ele exatamente como é. Vejamos algumas respostas interessantes para concluir esse trabalho.

“Tentaria mudar alguns modos de se comportar, pois é tão lindo aquele namorado chique e gentil da mocinha da novela.” (K. S. 17 anos). (riso geral). A busca pelo perfeito estabelecido através das telenovelas. Aquele homem, aquele comportamento é o correto, é o bonito.

“Sim, os carros, as roupas, as casas. Quem não queria um namorado daqueles.” (C. 16 anos). O ser não teria importância, apenas os bens de consumo, o que aquela pessoa possui não o que ela é.

Nesse momento, todas riram muito, houve uma grande empolgação, onde apenas uma das meninas não concordou, assim como a participante de mais idade (40 anos) tentou discordar e justificar:

“Temos que aceitar as pessoas como elas são não podemos querer que elas mudem, e nem cobrar sua transformação e seus costumes e sim respeitá-la. ( S. M. B).

Uma das adolescentes sentiu-se um pouco incomodada e disse:

“Eu aceitaria, porque quem ama aceita do jeito que é, mas assim, com o tempo se ele for muito brega eu ia dar um jeitinho de mudar algumas coisas aos poucos.” (K. S. 17 anos). E o que definiria essa pessoa como muito brega? Um estilo estabelecido, determinado.

“Aposto que vocês dariam de presente pra ele umas roupas mais bonitas pra sair com ele.” (K. A. 15 anos). Um pensamento que possibilita driblar a consciência do possível namorado, naquele pensamento se ele não sabe que esta sendo modificado, não se incomodara.

Como elas em todo tempo falaram em ter um corpo bonito, em vestir-se bem, questionou-se sobre as dietas e tratamentos para ficarem mais belas. Aqui se percebe claramente que mesmo as meninas que mantiveram certo grau de segurança em relação ao seu estilo, já buscaram alguma solução mágica para melhorar alguma coisa considerada fora dos padrões por ela mesma:

“Um tempo atrás eu passava todo dia clara de ovo no rosto, eu vi na televisão que ajuda a manter a pele lisinha. Também não sei por que, mas eles falaram que a Juliana Paes usou.” (A. C. S. 18 anos). Senso comum, apenas a informação, sem o conhecimento.

“Eu tomei shake no jantar, mas não adiantou nada, só gastei dinheiro. Agora estou sem jantar,” (C.16 anos). Novamente a reprodução de uma informação ouvida, sem a devida exploração, sem transformar essa informação em conhecido realiza a reprodução, ou seja, confia cegamente naquilo que vê através da televisão.

“Muitas vezes fico pensando que não adianta nada fazer dietas e coisas e tal, mas daí percebo que as atrizes que fazem as propagandas são lindas, então dá certo, pois ninguém é linda assim do nada.” ( J. O. 14 anos). Acredita naquilo que enxerga, jamais duvida, ou imagina que nos bastidores possa existir uma indústria que planeja e re planeja ações para que tudo pareça naturalmente perfeito.

“Para menina! Elas não tomam essas coisas, elas passam o dia todo na academia, sempre alguém cuidando delas.” (A. C. S. 18 anos).

As adolescentes criam um mundo imaginário e esquecem completamente que atrizes são mulheres normais, que atuar é seu trabalho, que elas preparam-se para encenar, que representam papéis criados justamente para passar tal ideia e em nenhum momento elas cogitaram a ideia das atrizes serem mulheres normais, terem uma vida igual ou parecida com as suas, com afazeres rotineiros. Assim como divindades, oriundas de uma caixa mágica, onde já se nasce perfeita e assim continuará para sempre. Fadas perfeitas para serem reproduzidas, modelos de beleza e com comportamentos finos e idealizados pela grande maioria das mulheres em algum momento da vida.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Não se pode afirmar que a influência da mídia seja em todo caso negativa, pois muitas vezes estimula a um cuidado com a cultura corporal. Porém ao estimular a cópia fiel da personagem diminui a autoestima e propicia a uma negação do seu próprio ser.

Ao longo de toda pesquisa observa-se que a possível influencia exercida pelas telenovelas e construída a partir do momento vivido, seja ele social ou da vivencia individual de cada educando, da realidade a qual ele esta inserido.

Os conhecimentos são construídos dentro de um determinado espaço de tempo e interesses, na tentativa de autoafirmação, buscando ser aceito. Cabe ao professor indagar sobre valores humanos significativos para a formação integral de seres críticos com a capacidade de diferenciar os conteúdos mostrados diariamente por esse poderoso meio de comunicação que é a televisão.

As contradições mostradas durante a pesquisa se devem a imaturidade própria das adolescentes e que a tendência é diminuir com a aquisição de conhecimento e amadurecimento necessário a uma análise complexa e histórica como é essa voltada a analisar influencia televisiva.

As meninas ficam entre o que fazem e o que sabem ser o correto dizer. A vivência cultural empírica trazida do seu meio contrasta com o conhecimento científico e muitas vezes não compreendido, mas que é repassado por professores, escritores e figuras renomadas, as quais dizem que a televisão é sempre instrumento de alienação e submissão.

A discussão que o tema propicia é muito vantajoso para a construção desse ser histórico que poderá ou não interferir na sociedade do futuro, a qual se deseja que seja autônoma e crítica. Capaz de admirar-se ao invés de idolatrar personagens criados pela ficção com intuito de formar conceitos coletivos em série, como produto final destinado a reprodução de seres também iguais.



## REFERÊNCIAS

BRASIL, SECRETARIA DE EDUCAÇÃO FUNDAMENTAL. **Parâmetros curriculares nacionais: educação física** / Secretaria de Educação Fundamental – Brasília: MEC / SEF. 1998.

COSTA, F. JURANDIR. **O vestígio e a aura, corpo e consumo na moral do espetáculo**. Ed. Garamond. 2005. Rio de Janeiro.

IV ENELCULT – **Encontro de Estudos Multidisciplinares me cultura**. Realizado entre os dias 28 a 30 de maio de 2008, na Faculdade de Comunicação \ UFBa, Salvador – Bahia – Brasil. Disponível em: [www.cult.ufba.br/enecult2008/14415.pdf](http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14415.pdf). Acesso em: 20 de novembro de 2012.

FERRÉS, JOAN. **Televisão e educação** / Joan Ferrés; trad. Beatriz Affonso Neves – Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

GHEIRART, OZIEL. **O desassossego da permanência pós-moderna: subjetividade, cenas midiáticas e cultura do consumo**. São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.espm.br/ConhecaAESPM/Mestrado/Documents/DISSERTACOES%20T2/Oziel%20Gheirart.pdf>



LIPOVETSKY, GILLES. **O império do efêmero. A moda e seu destino nas sociedades modernas** \ Gilles Lipovetsky; Maria Lucia Machado – São Paulo: Companhia das Letras, 2009. Ed. Companhia das letras. 2009. São Paulo.

MORENO, RACHEL. **A beleza impossível. Mulher, mídia e consumo**. ED. Agora. São Paulo. 2208.

SAMARÃO, LILIANY. **O espetáculo da publicidade: a representação do corpo feminino na mídia**. Disponível em: Acesso em: 16 de abril de 2013.

ZANI, ROLANDO. **Bonito é ser você**. Ed Gente. 2002. São Paulo.

# APÊNDICE

	<p>Universidade Federal do Paraná - UFPR Setor de Educação Profissional e Tecnológica – SEPT Curso de Pós-Graduação <i>lato sensu</i> em Mídias na Educação – Turma 2012/2013</p>	
---	---	---

Essa pesquisa é o primeiro passo para realização de um artigo na conclusão do Curso de Especialização em Mídias da UFPR.

Agradeço sua colaboração

Professora: **Sandra Regina Cancelier**

**1 – Horário em que você assiste TV:**

( ) manhã

( ) Tarde

( ) Noite

**2 – Tempo em que assiste TV:**

( ) Entre uma e duas horas por dia

( ) Entre duas e quatro horas

( ) Mais de quatro horas.

**3 – Qual seu programa de TV preferido:**

( ) Novelas

( ) Programas de humor

( ) Jornalismo

( ) outros

**4 – Da programação acima, especifique o que mais gosta. Por exemplo, qual novela, jornal ou programa.**

---

**5 – Você costuma seguir tendências de moda ou comportamento que vê na televisão?**

( ) Sim ( ) Não ( ) às vezes

**6 – Já sentiu seu corpo inadequado ao ver tv? Gordo (a), Magro (a), feio (a)**



( ) Sim ( ) Não ( ) às vezes

**7 – Se respondeu sim a alguma das duas últimas questões, por favor, comente a situação.**

---

---

**8 – Sua idade é \_\_\_\_\_**

	<p>Universidade Federal do Paraná - UFPR Setor de Educação Profissional e Tecnológica – SEPT Curso de Pós-Graduação <i>lato sensu</i> em Mídias na Educação – Turma 2012/2013</p>	
---	---	---

## **ROTEIRO PARA REALIZAÇÃO DO FOCUS GROUPS**

1– Sua idade

2 – O que é ser bonito para você? Por quê?

3 – Em sua opinião o que é um corpo bonito?

4 – Os modelos usados pelas atrizes de telenovelas lhe chamam atenção?  
Explique.

5 \_ Você já comprou alguma roupa, acessório, sapato, perfume ou qualquer outra coisa influenciado por uma atriz de telenovela? Comente.

6 – Você tem seu próprio estilo e sempre se veste como gosta ou já cedeu a modismos impostos pela mídia, mais exatamente a telenovelas?

7 – Já sentiu seu corpo feio, mal vestido, fora da moda ao comparar-se a uma atriz de telenovela? Explique como foi essa sensação.

8\_ Você se considera bonito? Por quê?

9 - Imagine você em um relacionamento amoroso com alguém fora dos padrões estéticos ditos corretos pela mídia e apresentaria a todos seus amigos? Ou tentaria mudar seus costumes e características?